

Rapport Annuel 2025



La Seigneurie des Aulnaies

525 Rte de la Seigneurie, Saint-Roch-des-Aulnaies,
QC G0R 4E0

Tél. : (418) 354-2800

Site Web : www.laseigneuriedesaulnaies.qc.ca



Message du président du Conseil d'administration



Notre corporation a, une fois de plus, traversé en 2025 une année mouvementée. Elle a été marquée par des départs et par la volonté du conseil d'administration de cheminer vers une organisation plus efficace, fière de sa vocation muséale, de son rôle d'éducation et d'interprétation de la vie seigneuriale. De plus, le conseil a souhaité valoriser davantage le statut d'entreprise d'économie sociale que lui confèrent, entre autres, les activités de production de farines artisanales biologiques. Ce volet de nos activités représente un levier financier. Il nous donne la possibilité de générer le financement dont nous avons besoin pour assurer le développement de la Seigneurie, et ce, pour tous les aspects de sa mission.

Le changement touche aussi le conseil d'administration. Nous avons accueilli trois nouveaux membres, mesdames Diane Guillemette, Marie-Claude Michaud et Catherine McDonald. Cette dernière, nommée par le conseil d'administration, s'est jointe à nous officiellement en août 2025. La fonction de secrétaire du conseil exécutif, qu'occupait Mme Michèle Lorrain, a été prise en charge par la présidence avec le support de M. Jean Desjardins, Mme Michaud a assumé la vice-présidence et M. Roy, la trésorerie.

Tous les membres du conseil d'administration, plus spécifiquement ceux du comité ressource humaine, ont consacré temps et énergie pour assurer l'entrée en fonction d'une nouvelle direction générale. Mme Marie C. Beaulieu Orna a pris en charge cette grande responsabilité depuis novembre 2025. Nous sommes fiers de pouvoir compter sur son professionnalisme, ses compétences et les qualités relationnelles dont elle a fait preuve dès son arrivée à la Seigneurie.

Le Musée québécois de l'agriculture et de l'alimentation, le Musée de la mémoire vivante, le Musée Maritime du Québec ainsi que la Seigneurie font partie de cette démarche incluant d'autres institutions à vocation muséale du Bas-Saint-Laurent.

Des représentants.es du conseil ont aussi participé à des rencontres d'information et de travail pour explorer les possibilités de mutualisation de nos expertises, moyens et technologies. Ces discussions ont permis d'amorcer une réflexion sur les conditions à mettre en place pour faire de cette approche un succès. Le Musée québécois de l'agriculture et de l'alimentation, le Musée de la mémoire vivante, le Musée Maritime du Québec ainsi que la Seigneurie font partie de cette démarche incluant d'autres institutions à vocation muséale du Bas-Saint-Laurent.

Les membres du comité « financement, budget et philanthropie » ont également réalisé des demandes d'aide financière pour supporter la réalisation d'un plan stratégique de développement. De plus, d'autres démarches sont en cours de réalisation pour l'année 2026 dont une de formation destinée aux membres du conseil d'administration portant sur la gouvernance des organismes à but non lucratif.

Je ne voudrais pas oublier tout le travail accompli par les bénévoles;

- Aux Amis de la Seigneurie, présents lors de la corvée printanière, organisateurs d'activités d'animation et source de précieux conseils ;
- Aux citoyennes et citoyens de Saint-Roch-des-Aulnaies et à tous ceux venus des municipalités environnantes qui se joignent à nous et contribuent à faire de la Seigneurie un lieu de beauté où se côtoient histoire, savoir et nature ;
- À tous mes collègues du conseil d'administration qui retirent le chapeau de membre du conseil pour afficher fièrement celui de bénévole.

À VOUS TOUS UN IMMENSE MERCI!

Enfin, je tiens également à souligner l'apport des employés de la municipalité de Saint-Roch-des-Aulnaies pour nous aider à faire de ce domaine unique un lieu dont nous serons tous fiers.

Daniel Chabot

Président du Conseil d'administration

Message de la Directrice

Marie C. Beaulieu Orna

L'année 2025 marque un temps de transition pour la Corporation touristique de la Seigneurie des Aulnaies. Celle-ci a pu poursuivre sa mission grâce à l'engagement et l'implication généreuse des membres du Conseil d'administration, qui ont oeuvré à faire le relais entre deux directions. De la même manière, les employés ont fait



preuve d'adaptation pour amorcer un tournant, nécessaire à l'évolution de la Corporation. Les opérations courantes comme les projets amorcés dès 2024 ont ainsi continué à se dérouler dans une optimisation du contexte.

Cette année se caractérise par une volonté d'affirmer pleinement les deux statuts de la Corporation, comme institution muséale et comme entreprise d'économie sociale. En ce sens, la collaboration avec le Musée québécois d'agriculture et d'alimentation va permettre une gestion professionnelle des collections, en s'appuyant à la fois sur l'utilisation d'un logiciel conçu pour les besoins d'inventaire des musées et sur l'expertise d'une conservatrice formée. De plus, la réflexion menée dans le cadre de la demande d'aide au financement pour le renouvellement de l'exposition permanente révèle les orientations souhaitées pour l'avenir. Adapter l'offre de visites à des publics variés et actualiser le contenu interprétatif au regard des dernières recherches apparaissent comme des objectifs impératifs à court terme.

Concernant la meunerie artisanale, des moutures à forfait ont à nouveau été réalisées, constituant une occasion de revenus complémentaires. Un apprenti-meunier a poursuivi sa formation sous la direction du meunier, préparant de ce fait la relève à moyen terme. Une gestion plus rigoureuse des inventaires de production et des taux de transformation du grain facilite les contrôles de certification, dont celle d'ECOCERT Canada renouvelée pour 2026.

Consciente des défis en matière de revenus autonomes, la Corporation a également mené une réflexion sur la vocation à donner à la Maison du meunier. Son positionnement sur le site en fait le point d'entrée naturel des visiteurs, qu'il est donc nécessaire de mettre en valeur. Dès la fin de 2025, un chantier de réaménagement s'est dessiné. Dans la même perspective, une partie du personnel s'est formé aux relations commerciales avec les forfaitistes, afin de développer le marché des visites de groupes.

L'avenir s'annonce pleine de promesses et de défis stimulants pour la Corporation, suivant une dynamique de renouveau dont l'impulsion a été donnée au tournant de 2025-2026. La collaboration bénéfique qui s'instaure progressivement entre le Conseil d'administration, la direction, les employés et les bénévoles de la Corporation ne pourra que livrer de beaux fruits.

Marie C. Beaulieu Orna

Mission, entité, vision et valeurs de la Corporation

Notre mission

*La Corporation touristique de la Seigneurie des Aulnaies est une organisation exerçant à des fins communautaires et sociales dans un double registre, l'un patrimonial et l'autre artisanal, qui jouit d'une longévité et d'une reconnaissance dans son milieu. Fondée en 1969 à l'initiative d'une mobilisation citoyenne, elle a pour mission de **protéger, d'animer et de mettre en valeur le site patrimonial** de la Seigneurie des Aulnaies ainsi que le savoir-faire de la meunerie artisanale.*

Notre entité

*Le site patrimonial de la Seigneurie des Aulnaies comporte ainsi un **patrimoine matériel**, composé de biens classés inscrits au Répertoire du patrimoine culturel du Québec et reconnu comme lieu patrimonial du Canada, et un **patrimoine immatériel** inscrit au Répertoire du patrimoine culturel du Québec, celui de la pratique de meunerie artisanale. Le patrimoine matériel est constitué d'un ensemble, désigné domaine seigneurial des Aulnaies, qui comprend un manoir de style Regency érigé entre 1850 et 1853 (bien classé), des dépendances et un terrain aménagé de 6,9 hectares, avec boisés, bosquets, pelouses, jardins et allées ; un moulin banal (bien classé), érigé en 1739, reconstruit en 1789 puis en 1842 ; des vestiges d'écuries sur un domaine inscrit à l'inventaire des sites archéologiques du Québec.*

*Cet ensemble bénéficie d'une aire de protection. La Corporation est également une **institution muséale** reconnue par le ministère de la Culture et des Communications du Québec qui œuvre comme **centre d'interprétation** de la vie seigneuriale. Enfin, la Corporation gère une **entreprise d'économie sociale** qui fabrique et commercialise quelque 100 tonnes par an de farines biologiques produites de façon artisanale au moulin banal.*



Notre vision stratégique

Notre vision stratégique repose sur la mise en œuvre et l'optimisation des ressources propres à assurer notre mission, dans le souhait de pourvoir à la pérennité du site patrimonial. Notre objectif dans les années à venir est de valoriser les activités de musée et de meunerie artisanale de la Corporation de manière à rendre le site patrimonial ouvert à la communauté des résidents et des visiteurs pour y vivre une expérience culturelle des plus enrichissantes.

Cette vision se fonde sur l'expression de valeurs corporatives ancrées dans l'histoire même de la Corporation.



Nos valeurs

Engagement

Notre engagement s'exprime et se véhicule par notre volonté d'assurer la pérennité du patrimoine et des savoir-faire ; par le sens des responsabilités qui nous anime afin de réaliser notre mission tant vis-à-vis de la collectivité que de nos clients et partenaires ; par notre désir de maintenir un climat de travail et des relations de qualité ; par la mobilisation de nos compétences et connaissances pour assurer le rayonnement de la Seigneurie ; par notre souhait de contribuer à offrir auprès de nos visiteurs une expérience unique et dynamique

Respect

Le respect s'exprime et se véhicule au sein de la Corporation par l'établissement de relations de confiance mutuelle ; par la bienveillance envers les autres ; par une attitude générale empreinte d'écoute, de transparence et d'ouverture dans nos relations et communications interpersonnelles ; par la considération des traditions, des savoir-faire et du patrimoine dont nous avons la responsabilité d'assurer la pérennité et l'intégrité ; par le professionnalisme exercé dans le cadre de nos fonctions.

Collaboration

La collaboration s'exprime et se véhicule notamment par la reconnaissance de la contribution et des compétences de chacun ; par la volonté de coopération et d'entraide ; par la capacité à ne faire qu'une seule équipe et à travailler ensemble pour assurer la réalisation de notre mission ; par nos aptitudes et comportements à bâtir la confiance, tant entre les membres de l'équipe qu'avec les partenaires externes ; par des agissements qui témoignent d'une cohésion d'équipe.

Fierté

Notre sentiment de fierté s'exprime et se véhicule par notre enthousiasme et notre passion à présenter le caractère unique et distinctif du site et des savoir-faire ancestraux ; par un comportement digne et à la hauteur de la qualité et de la richesse du patrimoine qui nous est confié ; par notre sentiment d'appartenance à notre groupe, à notre communauté ainsi qu'à la mission qui nous est confiée ; par la reconnaissance de la valeur et de la qualité du travail accompli d'hier à aujourd'hui ; par notre complicité à faire rayonner la beauté de notre patrimoine.



ACTIVITÉ MUSÉALE

Gestion de la collection

La Corporation conserve et préserve une collection de quelque **350 objets**, principalement constituée de mobilier d'époque et d'objets ethnographiques, répartis entre le manoir et le moulin. Elle est propriétaire d'une partie de ces artefacts, une autre relevant d'ententes de prêt avec le Musée de la Civilisation et le Musée québécois de l'agriculture et de l'alimentation.

En fin d'année, une entente de services professionnels entre le Musée québécois de l'agriculture et de l'alimentation et la Seigneurie des Aulnaies a été instituée, afin de partager une ressource en gestion et conservation des collections. Une autre entente avec le même organisme prévoit l'utilisation partagée de la base de données S-Museum, du logiciel Skin-Soft, pour l'inventaire et le récolement des collections de la Corporation. Ces deux ententes visent à optimiser la gestion de la collection.



Le **site naturel** de près de vingt acres, sillonné par les rivières Ferrée et Le Bras, comprend également une riche collection horticole, incluant une roseraie, plusieurs centaines d'espèces végétales, et arboricole, avec entre autres un verger, une pinède et une érablière. Des dispositifs hydrauliques (barrage, chute, étang, chemin d'eau) sont également en place ainsi qu'un aménagement paysager comprenant des ponceaux, des sentiers et des allées. En 2025, une collaboration avec le ministère de l'Environnement, de la Lutte contre les changements climatiques, de la Faune et des Parcs du Québec a mené à l'installation à proximité du barrage de la rivière Ferrée d'une passe migratoire pour les anguilles d'Amérique. La pratique de la pêche à l'anguille sur la Côte-du-Sud est inscrite au patrimoine vivant du Répertoire du patrimoine culturel du Québec.

Diffusion et éducation

Mise en valeur de la collection : exposition et muséographie

L'exposition permanente À tout seigneur, tout honneur, déployée depuis 2009 sur quelque 1 450 m² de surfaces d'exposition, présente la reconstitution d'un intérieur du 19^e siècle au manoir ainsi que des maquettes interprétatives sur le régime seigneurial au moulin. Grâce au travail préalable réalisée en 2023-2024, la Seigneurie a pu amorcer la constitution du dossier de demande d'aide au financement pour le renouvellement de cette exposition. Une nouvelle orientation muséographique, élaborée avec l'aide des muséologues Thérèse Drapeau et Armelle Guillard, prévoit de mettre en évidence l'ancrage de la Seigneurie tout autant dans les origines du régime seigneurial que dans sa persistance jusqu'à nos jours ; une interprétation contemporaine et renouvelée du régime seigneurial aux différentes époques de son existence ; les lignées de propriétaires ainsi qu'une ligne de temps en trois parties qui jalonne l'histoire du site.

Accueil des publics et communication

Le musée propose une visite guidée du moulin et du manoir qui permet de donner aux visiteurs quelques clés d'interprétation du régime seigneurial, des origines de la Seigneurie de la Grande Anse à l'abolition du régime et la persistance de repères sociaux dans la nouvelle bourgeoisie commerçante au milieu du 19^e siècle. Ces visites sont offertes principalement en français et animées par des guides en costume d'époque. Depuis 2023, ces visites sont enrichies d'une animation musicale, avec la collaboration d'un troubadour professionnel.



Le musée programme également diverses activités en saison, en lien avec sa mission : des activités destinées plus spécifiquement aux familles, des conférences sur des sujets thématiques propres aux lieux et des activités culturelles. Quelques mesures ont été mises en œuvre depuis 2024 pour recevoir plus spécifiquement les familles, à l'exemple de l'aménagement de la salle d'accueil Mallette, des mercredis des tout-petits et la visite des mini-seigneurs.

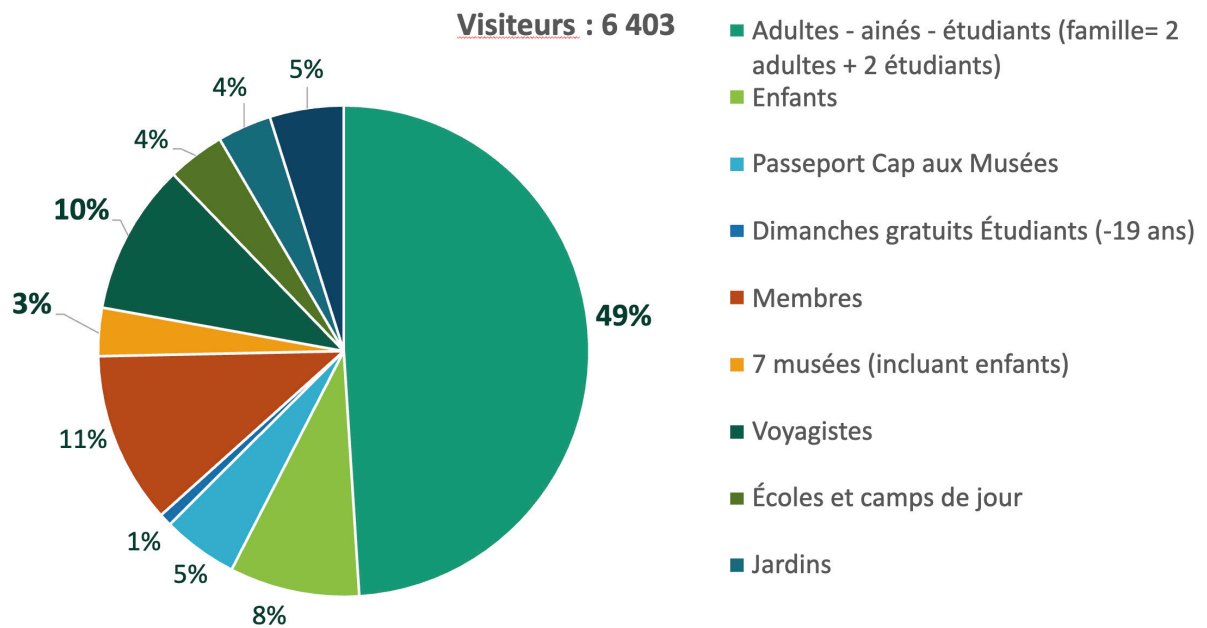
Bilan de l'activité muséale

La Corporation conserve et préserve une collection de quelque 350 objets, principalement constituée de mobilier d'époque et d'objets ethnographiques, répartis entre le manoir et le moulin. Elle est propriétaire d'une partie de ces artefacts, une autre relevant d'ententes de prêt avec le Musée de la Civilisation et le Musée québécois de l'agriculture et de l'alimentation.

En fin d'année, une entente de services professionnels entre le Musée québécois de l'agriculture et de l'alimentation et la Seigneurie des Aulnaies a été instituée, afin de partager une ressource en gestion et conservation des collections. Une autre entente avec le même organisme prévoit l'utilisation partagée de la base de données S-Museum, du logiciel Skin-Soft, pour l'inventaire et le récolement des collections de la Corporation. Ces deux ententes visent à optimiser la gestion de la collection.

En 2025, la Seigneurie des Aulnaies a comptabilisé 3 358 entrées payantes (visiteuses et visiteurs individuels), 2 149 entrées gratuites (incluant, en ordre décroissant d'importance, les titulaires de cartes de membres de la Corporation, les enfants de moins de 16 ans, les cartes et passeports d'autres musées de la région).





Environ 10% des visites concernait des entrées avec avantages offertes en partenariat avec les musées de Chaudière-Appalaches et avec le collectif de Cap aux Musées (Musée maritime du Québec et Musée de la mémoire vivante). À cette fréquentation individuelle, il faut en effet adjoindre les visites de groupe. La clientèle des groupes (scolaires, camps de jour et voyagistes) représente 10,7 % de l'ensemble des visites en 2025, qui totalise ainsi 6 171 personnes.

Cette fréquentation globale de 6 403 personnes correspond à un maintien du nombre de visiteurs en comparaison avec les données de 2024.

La Seigneurie accueille une clientèle de visiteurs adultes : 42% d'adultes et 38% d'aînés pour les entrées payantes de 2025, pour une clientèle jeune public à hauteur de 20% de ces mêmes entrées payantes en 2025. En considérant les gratuités propres à cette catégorie de public, ce sont toutefois 802 jeunes qui ont fréquenté le site, hors groupes.

MEUNERIE

Fabrication

La meunerie fabrique et commercialise neuf sortes de farine, à partir de six grains différents (blé dur, blé mou, épeautre, sarrasin vert, sarrasin noir, seigle) selon quatre formats (1kg, 2kg, 10kg, 20kg). L'approvisionnement en grains de circuit court se fait auprès de céréaliers de la région, avec trois fournisseurs principaux. Les farines du moulin possèdent la certification Ecocert, reconnue à l'échelle nationale et internationale.



Commercialisation

Outre les neuf variétés de farine, la meunerie vend également des produits résiduels de la fabrication : farine mixte, germe de blé, son de blé, écales de grains.



Les produits de la Corporation sont commercialisés sur place, à la Seigneurie ; en ligne, sur le site web de la Corporation ; dans une trentaine de points de vente, essentiellement localisés dans un périmètre géographique de proximité - régions Chaudière-Appalaches et Bas Saint-Laurent. À partir de novembre, la Maison du meunier est devenue le lieu unique pour la vente de farine durant la période hivernale, l'objectif étant de simplifier le processus d'achat pour nos clients.

La répartition des ventes selon le type de clientèle s'est établie en moyenne comme suit pour cette année :

- détail : 60 %
- artisans : 10 %
- grossistes : 30 %

Le produit phare est la farine blanche, qui représente environ $\frac{1}{4}$ des ventes totales.

Bilan de l'activité Meunerie



En 2025, le volume de production s'élève à 82 tonnes de farine, dont 20 % de mouture à forfait pour le compte du Moulin de Charlevoix, pour 99 tonnes de grains utilisées. Il s'agit d'une légère baisse de production de l'ordre de 5% depuis 2023. Par ailleurs, 15 585 kg de produits résiduels ont résulté de cette production. La commercialisation a rapporté 324 698 \$, soit une hausse des revenus de 13,7% liée à l'augmentation des prix de vente en 2025.

Une plaque commémorative a été installée en juillet dernier en l'honneur des meuniers qui se sont succédé depuis l'érection du moulin en 1739. Celle-ci souligne la transmission d'un patrimoine immatériel aujourd'hui reconnu par les autorités en charge de la préservation du patrimoine.

Activités connexes

Pendant la saison touristique, la boutique proposait à la vente les farines du moulin, des livres ainsi que des objets d'artisanat local. Elle accueille les produits d'une trentaine d'artisanes et d'artisans de la région, sélectionnée par la responsable. Elle génère un revenu en croissance depuis 2021 (+65% entre 2021 et 2024), avec une tendance qui s'est confirmée pour 2025, avec 44 803 \$ de revenus.



Les activités du Bistro ayant cessé à la suite de sa faillite, la Corporation a racheté l'inventaire laissé par le restaurateur pour le coût symbolique de 1 000 \$.

Ressources de la Corporation

Effectifs et bénévoles

Le Conseil d'administration regroupe une diversité de compétences pertinentes dans le domaine de la gestion des ressources, de l'économie, de scénographie, de l'entrepreneuriat, de la gouvernance en OBLN. Il se compose, depuis la dernière assemblée générale de juin 2025, de sept personnes :

- Daniel Chabot, président, secrétaire
- Marie-Claude Michaud, vice-présidente,
- René Roy, trésorier,
- Jean Desjardins, assistance au secrétariat,
- Diane Guillemette, administratrice,
- Christian Joncas, administrateur,
- Catherine McDonald, administratrice.

Acteur économique de son milieu, la Corporation comptait un effectif de treize personnes en 2025, dont trois postes réguliers à temps plein, deux à temps partiel et huit employés saisonniers. Les évolutions en termes de ressources concernent le changement de direction générale à partir de novembre, le départ en congé maternité de la responsable de la médiation culturelle ainsi que le départ définitif de la responsable des communications. À la fin de la saison, la décision d'externaliser l'entretien des jardins a aussi été prise, modifiant de fait la structure interne.

Les employés étaient :

- Patrick Noël, direction générale
- Roxanne Daigneault, responsable de la médiation culturelle
- Steve Beaulieu, meunier et guide interprète
- Brigitte Gagnon, responsable des guides interprètes
- Liliane Pelletier, commis aux commandes
- Micheline Bouchard, responsable de la boutique
- Réjean Labbé, meunier et guide-interprète
- Paul Laliberté, jardinier
- Daphné Lemieux-Beaulieu, hôtesse d'accueil
- Joey-Steve Lemieux-Beaulieu, apprenti-meunier
- Raphaël Pelletier, hôte d'accueil
- Diane Renaud, guide-interprète
- Alain Rioux, responsable entretien



La Corporation constitue un **acteur de cohésion sociale dans son milieu**. La Municipalité de Saint-Roch-des-Aulnaies, par le fait même ses citoyens et citoyennes, est propriétaire du domaine. Une dizaine de personnes forment le groupe des Amis de la Seigneurie, des bénévoles investis dans le rayonnement du domaine. La corvée annuelle 2025, en amont de la saison, a connu un franc succès et permis de préparer le domaine pour l'arrivée des visiteurs à la mi-mai. Enfin, le musée comptait en fin d'année 2025 un portefeuille de plus de 300 membres. La forte croissance du nombre de membres entre 2024 et 2025 s'explique par une politique de vente axée sur les avantages commerciaux que la carte de membre procure, en particulier la réduction de 10% sur le prix de vente de la farine et la gratuité d'accès aux musées de la région de Chaudière-Appalaches.

La Corporation est également **insérée dans un tissu socio-économique local, régional et provincial**. Elle est membre de la Société des musées du Québec, de la Fédération des Sociétés d'histoire du Québec, de l'Association des moulins du Québec, de l'organisation Les Arts et la Ville, de Tourisme Chaudière-Appalaches et de Tourisme Bas-Saint-Laurent. Elle exerce ses activités en partenariat et avec le soutien de la Municipalité de Saint-Roch-des-Aulnaies, des instances gouvernementales fédérales, provinciales et régionales compétentes, de musées de la région et du Conseil québécois du patrimoine vivant.

Nos principaux partenaires en 2025 étaient les suivants :

Partenaires publics et institutionnels

- Ministère de la Culture et des Communications
 - Programme d'aide au fonctionnement des institutions muséales
 - Mesures de gratuité dans les institutions muséales
- Emploi été Canada
- Jeunesse Canada au travail
- Associations des musées canadiens
- Municipalité de Saint-Roch-des-Aulnaies
- MRC de l'Islet
- TRESCA
- Mallette S.E.N.C.R.L.

Partenaires de projets

- Cap aux Musées
- Fil Rouge
- Musée de la civilisation
- Musée de la mémoire vivante
- Musée maritime du Québec
- Musée québécois de l'agriculture et de l'alimentation
- Société des musées du Québec

Partenaires commerciaux

- Du Pain c'est tout
- La chèvre et le chou

Ainsi que plusieurs collaboratrices et collaborateurs dont les Amis de la Seigneurie

II - Immobilisations, infrastructures et équipements

Une entente de partenariat, signée en mars 2021, stipule les engagements de la Municipalité de Saint-Roch-des-Aulnaies à titre de propriétaire et ceux de la Corporation comme locataire et mandataire d'une mission de valorisation du site. Une planification des travaux d'entretien est établie en début d'année et fait l'objet d'une reddition de comptes en fin de saison. Elle a permis en 2025 d'effectuer les travaux suivants : porte d'entrée de la Maison du meunier

Du point de vue des équipements, une nouvelle ligne de transport de la farine, acheminée par aspiration à un tamiseur électronique avant d'être mise en sachet à l'étage inférieure, a été installée en juin 2022.



COMMUNICATION

Le poste de communication étant vacant depuis le départ de la titulaire en 2025, les moyens de communication conçus et diffusés par la Corporation ont été restreints. Ce service est à présent externalisé et confié aux soins de Manon Trubert, travailleuse indépendante.

En revanche, la Seigneurie des Aulnaies participe depuis 2024 à un projet de mutualisation de ressources, **Cap aux Musées**, avec le Musée maritime du Québec et le Musée de la mémoire vivante, deux autres institutions muséales agréées situées dans la région de L'Islet, dans le secteur historique de la Côte-du-Sud. Ce projet a pour objectif principal d'augmenter la fréquentation des trois institutions par des clientèles locales mais également hors région, en contribuant ainsi à faire rayonner auprès d'un plus large public les patrimoines culturels immatériels, mobiliers et immobiliers qui sont sauvegardés, étudiés, interprétés et diffusés par ces musées de la région L'Islet.



Le projet, qui repose sur un plan de communication détaillé, se matérialise dans le volet numérique, par le déploiement d'un portail web commun, qui redirige le visiteur vers le site web de chaque institution, accompagné d'une stratégie de découvrabilité ; dans le volet marketing, par une campagne de communication accompagnée de la vente d'un passeport promotionnel.

Le bilan de cette campagne se traduit en quelque constats clés, tels qu'énoncés par la firme en charge du mandat :

1. La campagne 2025 a généré une forte visibilité, mais la marque Cap aux Musées demeure jeune.
2. Les médias sociaux se confirment comme le meilleur levier numérique pour Cap aux Musées.
3. Le Google Ads Grant demeure un levier sous-utilisé.
4. Les résultats en recherche organique suggèrent l'importance d'un média de masse comme la télévision.
5. L'écosystème numérique est plus solide qu'en été 2025, mais certaines mécaniques doivent être améliorées pour maximiser l'impact en 2026.
6. La carte de membre d'un musée crée un risque réel de cannibalisation du Passeport.

Analyse financière

Entre 2024 et 2025, la Corporation a connu une **progression de ses recettes autonomes de 9,4 %**. Les plus fortes augmentations concernent les revenus de vente de farines (13,7%), ceux de la boutique (4,5%) et du membrariat (70,7%). Les revenus de placement et les dons représentent une part négligeable de ces recettes autonomes, autour de 2%.

Les activités de la Corporation ont généré un excédent de revenus de 35 586 \$ en 2025. Une partie de ces excédents, 32 000 \$, est affectée au fonds dédié au financement du projet de renouvellement de l'exposition permanente. Les prévisions pour 2026 sont celles d'un exercice déficitaire en lien avec un choix assumé d'investissements.

Les projets à l'horizon 2026-2027

La Corporation est investie dans divers projets, dont les plus importants sont :

- la mise à niveau des outils de travail,
- la valorisation des espaces de la Maison du meunier,
- le renouvellement de l'exposition permanente,
- la mise en valeur des jardins.

Depuis l'arrivée de la nouvelle direction, plusieurs actions ont déjà été menées afin d'optimiser l'efficacité du travail au sein de la Corporation. Des mises à niveau en termes de sécurité informatique, des investissements en matière d'outils de gestion des paiements et de comptabilité, des rattrapages dans la gestion du classement et de l'archivage des documents corporatifs sont autant d'exemples de moyens mis en place dans ce but.

À l'heure de la publication de ce rapport d'activités, la Maison du meunier a déjà connu une transformation remarquable. Un café-épicerie accueille les touristes de passage comme les clients des environs pour une restauration légère. Un partenariat a été mis en place avec deux entreprises voisines, Manu Atelier Culinaire et Éclats de Saisons, afin d'approvisionner le café en denrées fraîches, la plupart préparées à base de notre farine. L'épicerie, quant à elle, regroupe des produits alimentaires régionaux, de confection artisanale. Le choix de l'offre a été mené afin de s'ancrer dans l'esprit patrimonial des lieux. L'objectif de l'implantation d'un tel café-épicerie est de créer des sources de revenus autonomes supplémentaires tout en continuant de répondre à notre mission première.

Comme cela a déjà été soulevé, la Corporation a déposé en janvier dernier un dossier de demande d'aide au financement pour le renouvellement de l'exposition permanente du musée auprès du ministère de la Culture et des Communications. Le projet vise à repenser l'ensemble des dispositifs de signalisation, afin de faciliter l'appréhension du site, comme ceux d'interprétation et de médiation culturelles dans le but de rejoindre un jeune public, scolarisé ou professionnel (tranche d'âge 0-30 ans), et de diversifier l'offre actuelle.



L'objectif de l'année en cours en matière d'entretien des jardins consiste à remettre en état l'ensemble des aménagements paysagers existants. À l'horizon 2027, une réflexion sera menée, sur la base de recherches académiques, afin de reconstituer les jardins dans leur version originelle.

L'horizon 2026-2027 marque un étape de restructuration nécessaire afin d'accroître notre activité de la Corporation dans un milieu touristique sans cesse en renouvellement.

